

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ АГРОТУРИЗМА ГУБА-ХАЧМАЗСКОГО РАЙОНА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

З.Р.САЛИМОВА

Азербайджан НИИ экономики и организации сельского хозяйства

В статье рассматривается состояние использования туризма, в частности агротуризма в изучаемом районе. Раскрывается понятие "агротуризм" и пути создания рынка агротуризма. Предложены модели развития агротуризма на различных иерархических уровнях.

В настоящее время развитие международного туризма происходит столь стремительными темпами, что вызывает необходимость рассмотрения региональных проблем. Современный рынок туризма является одним из высокорентабельных и наиболее динамичных структур мировой экономики. В этом аспекте анализ экономических проблем функционирования и развития конкурентоспособной индустрии туризма, в том числе агротуризма в Азербайджане, особенно в его регионах приобретает актуальное значение.

Главная причина того, что Азербайджан не использует туризм, с максимальной эффективностью, заключается на наш взгляд, помимо объективных экономических, политических, военных и других предпосылок в слабом представлении о сущности и значимости столь многогранного понятия, как туризм и особенно агротуризм.

Агротуристический бизнес - дело относительно новое для Азербайджана. Современный агротуризм - это сектор туристической отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта. Обязательным признаком является то, чтобы средства размещения туристов (как правило, индивидуальные, специализированные) находились в сельской местности (или в малых городах) без промышленной и многоэтажной застройки. Малые города являются системным элементом сельской местности, а их туристические ресурсы (прежде всего, кадры, историко-культурные и досуговые объекты), вместе с ресурсами сельской местности образуют единый туристический ресурс территории. Это обстоятельство важно учитывать при формировании конкретных туристических продуктов, не замыкаясь на чисто "сельских" занятиях. При этом единая универсальная концепция агротуризма как туризма на базе ресурсов сельской местности отсутствует, так как в разных странах традиции, условия, задачи разные, соответственно варьируют и практикуемые модели. Общим является лишь то, что агротуризм функционирует как эффективный сектор современной туристической ин-

дустрии. Причем не только в Европе, где он получил наибольшее развитие в последние два десятилетия XX века, но и на постсоветском пространстве. В этом качестве агротуризм выступает примерно с конца 80-х гг., когда применение новых информационных технологий (ИТ) и приемов организации туристического бизнеса позволило увеличить объемы продаваемых услуг в ряде стран до промышленных масштабов.

При этом в стране изначально он рассматривался в качестве социального рычага при реструктуризации аграрного сектора экономики. Ставилась цель предотвратить безработицу, миграцию, падение жизненного уровня населения и другие негативные явления, ведущие к деградации села. Стимулирование агротуризма сверху должно было помочь перевести избыток трудовых ресурсов в аграрных регионах в альтернативный сектор производства услуг, содействовать открытию новых малых и средних предприятий и созданию новых рабочих мест в сельской местности. В итоге, комплекс мер по развитию агротуризма получил статус крупной социально-экономической подпрограммы на уровне программ социально-экономического развития регионов Азербайджана, а значит, были обеспечены политическая, нормативно-правовая, финансовая, организационная и информационная поддержка со стороны государства в целом.

Комплексная и многоканальная государственная поддержка (в том числе, в рамках общих программ по развитию экономики и снижению уровня безработицы) агротуристического бизнеса, явилась одной из основных причин быстрого и успешного становления агротуризма как эффективного и доходного сектора туристской индустрии. Но, кроме того, действовали и другие позитивные факторы.

Успех агротуризма как сектора туристской индустрии в стране обеспечивает несколько факторов:

1. Высокая экономическая эффективность модели на микроэкономическом уровне.

Высокоэффективная структура затрат каждого хозяйства при производстве туристского продукта обеспечивает низкую себестоимость и, следовательно, его высокую конкурентоспособность по сравнению с другими, более затратными и, следовательно, более дорогими, типам туристских продуктов. Микроэкономическая модель агротуризма может оказаться весьма эффективной: производство турпродукта, по сравнению с другими секторами туриндустрии (особенно, связанными с развитием

крупного гостиничного хозяйства и инфраструктуры туризма), выглядит крайне малозатратным, а значит, агротуризм мог конкурировать по показателю "цена-качество" с другими типами турпродуктов. Высокая конкурентоспособность турпродукта по показателю "цена-качество", заложена в его микроэкономической модели (поэтому стоимость размещения в агротуристическом секторе ниже, чем в гостиничном).

2. Вычислен оптимальный турпродукт:

Агротуристический продукт отвечает ключевым требованиям, предъявляемым к современному товару, поскольку он: а) адресный; б) комплексный; в) гибкий.

Учитывается современная тенденция к индивидуализации пакета туристских услуг и росту индивидуального туризма. В этом случае, можно варьировать пакет туруслуг от VIP до самых простых запросов клиентов.

При этом ориентирован на крупный сегмент платежеспособного спроса: агротуристический продукт удовлетворяет запросы широкого социального слоя - среднего класса (учитывает специфику его образа жизни и потребностей), что обеспечивает стабильно высокий уровень платежеспособного спроса на международном рынке туруслуг в секторе агротуризма.

3. Современная организация агротуристического бизнеса, разделение функций и затрат между производителями и продавцами агротуристического продукта, помогает удерживать конкурентоспособные цены по сравнению с другими секторами туриндустрии.

4. Ключевым фактором превращения этого направления в сектор туриндустрии стала поддержка Президента Азербайджана И.Г.Алиева, Министерства культуры, туризма и региональных властей.

5. Необходимым фактором оптимального функционирования агротуристического сектора является применение современных информационных технологий, создание электронных баз данных и интерактивных агротуристических порталов. Высокая конкурентоспособность агротуристического продукта и использование ИТ в организации этого сектора стали его успешного развития и позволили ему занять заметное место в туризме страны. Если будут выполняться вышеперечисленные условия, то агротуристический сектор туриндустрии становится высокоэффективной, малозатратной, конкурентоспособной отраслью местной (региональной) экономики, имеющий положительный социокультурный эффект для местных муниципалитетов и азербайджанского общества в целом.

Обращаясь к опыту нашей страны, следует отметить, что системная поддержка находится на низком уровне. И это - важнейшее обстоятельство,

тормозящее развитие агротуризма в Азербайджане. Здесь наш взгляд, является то, что пока не разработана фундаментальная концепция развития агротуризма в Азербайджане, как одной из форм альтернативной деятельности в сельской местности, предусматривается формирование территориальной сети информационно-консультационных центров в каждом районе, пропаганде агротуризма, обучение сельского населения по организации несельскохозяйственных видов деятельности в целях развития альтернативной занятости в сельской местности. Должно курировать эту работу Министерство сельского хозяйства Азербайджанской Республики, для которого туристический бизнес - явно непрофильное направление.

В то же время, как бы стихийно, на местах внедряется вполне определенная модель развития агротуризма - гостевые сети на базе малого семейного гостиничного хозяйства. Именно эта модель агротуризма требует обязательной системной государственной поддержки на этапе становления. Если государство ставит социально-экономическую цель возрождения азербайджанского села и средством видит организацию нового доходного сектора местной экономики, то необходимо для мелкого и среднего предпринимательства на селе сделать новое направление бизнеса привлекательным [1].

В международной практике привлекательным его делает государственная помощь, в том числе прямая финансовая поддержка (применяются системы льготных кредитов на переобустройство жилья и вилл в агротуристические объекты, налоговых и других льгот и т.д.). В Европе важнейшим механизмом привлечения мелких собственников в сектор агротуризма является субсидирование частных хозяйств в форме льготных кредитов, если жители села выражают готовность заниматься агротуризмом. Затраты на переобустройство или строительство делятся между государством и хозяйствами (при этом доля государства может достигать до 70-80%, однако хозяева также обязаны внести вклад, чтобы доказать серьезность намерений). Одновременно эта система помогает решать проблему мобилизации частных финансовых средств. Впоследствии бюджеты возвращают деньги через налоги [2].

Особенно это важно для азербайджанских условий малокомфортного жилого фонда в сельской местности, поскольку у нашего населения чаще всего нет средств для переоборудования жилья под гостиницу. Кроме того, необходима помощь организационная, информационная. Однако государством пока не решены в полном объеме вопросы о нормативно-правовом обеспечении агротуристической деятельности: не разработаны необходимые законы и положения, отсутствуют четкие инструкции по организации агротуристических объектов.

Если в Азербайджане утвердиться модель гостевых сетей на основе малого семейного гостиничного хозяйства, то создание ассоциаций субъектов агротуристического бизнеса является неременным условием работы агротуристического сектора. Существенной чертой последнего является то, что бизнес мелких и средних предпринимателей, ориентированный на сбыт продуктов потребителю в агломерациях и крупных городах, где сосредоточен платежеспособный спрос.

Однако в одиночку мелкий собственник в сельской местности не имеет средства для продвижения нового товара - своего турпродукта - на внешний рынок. Кроме того, этот сектор молодой, и, следовательно, затраты на продвижение нового товара - агротуристического продукта выше, а межсекторальная конкуренция острее. Все вышеперечисленное требует кооперации мелких производителей в организации продвижения и сбыта турпродукта, разделение функций и затрат между производителями и продавцами турпродукта и много другого. Кроме того, ключевым элементом в превращении агротуризма в современный сектор туристической индустрии является применение ИТ: аккумуляция информации на интерактивных порталах и создание масштабного электронного рынка турпродуктов [3].

Таким образом, несмотря на трудности, нам представляется, что агротуризм, при выборе верной модели и правильной организации, может стать перспективной точкой роста для азербайджанских сельских районов и давать не только большой экономический эффект.

1. Экономический аспект:

- источник дохода для различных слоев сельского населения;

- создание новых малых и средних предприятий и рабочих мест в сельской местности, не требующих значительных инвестиций;

- пополняться местные бюджеты, сократится число получающих дотации из них за счет трудоустройства;

- туризм-это фундамент для развития инфраструктурных отраслей на местах;

- на микроэкономическом уровне: вклад в улучшение собственного дома- повышение ее рыночной стоимости;

- использование преимущественно незатратных ресурсов, прежде всего природного, социокультурного и исторического наследия.

2. Социокультурный аспект:

- взаимодействие села с жителями крупных городов и агломераций (эффект культурного и психологического взаимообогащения при общении);

- появляется новая точка отсчета и планка для развития на селе;

- городские жители получают возможность взглянуть на корни нашей культуры, общаться с природой (экотуризм);

- "взаимоотношения хозяин-гость" и востребованность их предложения предполагают повышение самооценки жителей села.

3. Этнокультурный аспект:

- сохранение и пропаганда национальных культурных традиций;

- знакомство с культурными ценностями и бытом азербайджанцев.

4. Личностный аспект:

- развитие личности, прежде всего принимающих: необходимость приобретать новые знания, навыки, повышать квалификацию для организации приема гостей;

- повышение самооценки личности: сознание самостоятельности, опора на собственные силы, ресурсы собственного хозяйства;

- активизация инициативы и творчества на местах (как индивидуального, так и группового - ансамбли, творческие клубы, школы ремесла и народных промыслов и т.д.).

5. Социальный аспект:

- кооперация на уровне местной общины в создании полноценного турпродукта в конечном счете приводит к улучшению социально- психологического климата в общине;

- агротуризм отсекает деструктивные слои и ориентирован на создание условий для успешного развития и количественного роста авангарда местного сообщества.

PRESENT CONDITION OF AGROTOURISM IN QUBA-KHACHMAZ DISTRICT: THEORETICAL ASPECT

Salimova Z. R.

Summary

Studying of tourism, particularly of agro-tourism in the studied region is considered in the article. Concept of agro-tourism and ways of creating agro-tourism market are uncovered.

Development models of agro-tourism on various hierarchical levels are proposed.

ЛИТЕРАТУРА

- 1.Егаилы С.Т., Гаджиев Э.М. Международный туризм и развитие туризма в Азербайджанской Республике. Баку,2003,283 с. 2.Монтеханов Х.М. Структура туристического рынка. Москва- Смоленск, Изд-во СГУ,1997,219 с. 3.Салманов А.А. Туризм в тюркоязычных странах СНГ. Баку.2005,160 с.